'Los colores de lo bueno', para promocionar la carne de cerdo

Comienza la campaña de televisión de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca, que con el spot 'Los colores de lo bueno' pretende generar 238 millones de impactos en su target principal: mujeres y hombres con rol de compradores de carne en el hogar.

El spot de Interporc se emitirá hasta finales del mes de abril en cuatro cadenas nacionales (Telecinco, Antena 3, La Sexta y Cuatro más el conjunto de sus TDT'S, en más de 17 cadenas temáticas de pago (Fox, AXN, Discovery, Calle 13, Paramount…) y en la cadena autonómica catalana TV3.

"Los colores de lo bueno" incide en el sabor, la calidad y los beneficios nutricionales del consumo de los productos del cerdo de capa blanca español y su importante papel dentro de la Dieta

Mediterránea, la más completa, variada y equilibrada que existe.

Se trata de la primera campaña de televisión para el año 2020 de la Interprofesional, que se desarrollará en dos oleadas: esta que comienza hoy y la segunda que tendrá lugar después del verano. En ambos casos se emitirán spots de 20 y 10 segundos.